

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI KAI ACCESS DI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Geovany Daru Damara

NRP.1423015170

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2019

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI KAI ACCESS DI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :

Geovany Daru Damara

NRP.1423015170

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Geovany Daru Damara

NRP : 1423015170

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI KAI ACCESS DI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 8 Juli 2019

Penulis



Geovany Daru D.

NRP: 1423015170

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI KAI ACCESS DI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

Oleh :

Geovany Daru Damara

NRP. 1423015170

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom.

(.....)

NIK. 142.10.0651

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si.

(.....)

NIK. 142.09.0647

Surabaya, 2 Juli 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 8 Juli 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,

Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si.

NIK. 142.09.0647



Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....) NIK. 142.15.0849
2. Sekretaris : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom. (.....) NIK. 142.10.0651
3. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom (.....) NIK. 142.09. 0634
4. Anggota : Yuli Nugraheni, S. Sos., M. Si. (.....) NIK. 142.09.0647

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Geovany Daru Damara

NRP : 1423015170

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA
MENGENAI KAI ACCESS DI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademiki sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Juli 2019

Yang menyatakan,


Geovany Daru Damara

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan berkatNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul “Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai KAI Access di Berbagai Media Komunikasi”. Terimakasih kepada Orang tua yang tak henti mendukung dan mendoakan, sehingga penulis bisa berada di tahap ini. Terimakasih untuk teman-teman FIKOM 2015 maupun teman-teman yang lainnya, selalu setia mendukung satu sama lain.

“I will do the best, but I’m not the best” – @geodamaraa (2019)

Surabaya, 23 Februari 2019

Geovany Daru Damara

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan berkatNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul “Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai KAI Access di Berbagai Media komunikasi”. Dalam proses penulisan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, berupa motivasi, doa, semangat dan saran serta masukan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala rahmat dan berkatNya, selalu memberikan kekuatan dan perlindungannya. Pertolongan Tuhan selalu hadir untuk menolong saya dalam proses pengerjaan Skripsi.
2. Orang tua, yang selalu mendukung dan tidak pernah berhenti berdoa untuk kesuksesan saya. Terimakasih banyak penulis ucapkan untuk kedua orang tua yang selalu menguatkan dan selalu memberi motivasi semangat.
3. Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. dan Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing. Terima kasih kepada Bu Intan dan Bu Yuli, sudah memberikan ilmu, waktu, tenaga, pikiran, hatinya yang tulus untuk membantu dan memberikan semangat serta dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
4. Teman-Teman FIKOM 2015, terimakasih karena selama ini selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan setiap proses yang ada. Perjuangan awal dimulai, mari berjuang untuk tahap selanjutnya, sukses untuk kita semua.

5. Seluruh dosen FIKOM WM yang sudah mendukung penulis dalam proses belajar selama di Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas kesempatan belajar yang sudah diberikan hingga saat ini.
6. Terimakasih kepada Ipeh, Dea Kentut, Gegek, Vincentio, Theo Samuel, Dimas Raditya dan semua keluarga Ormawa Fikom 2015.
7. Terimakasih kepada Fatimah teman yang selalu menyediakan waktunya untuk meminjamkan KTM agar saya bisa meminjam buku di perpustakaan Unair.
8. Terimakasih kepada Tim Mentawai Anai Ekeu Koba, Anak Pak Mikael Mentawai, Rindu Tribun, Meja Kita, Tim Riwik SMA yang selalu mendukung saya dalam proses ini.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan Skripsi ini. Semoga kedepannya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I.PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	17
I.3 Tujuan Penelitian.....	18
I.4 Batasan Masalah.....	18
I.5 Manfaat Penelitian.....	18
I.5.1 Manfaat Akademis.....	18
I.5.2 Manfaat Praktis.....	19
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	20
II.1 Kerangka Teori.....	20

II.1.1 Model Komunikasi Lasswell.....	20
II.1.2 Pengetahuan.....	21
II.1.2.1 Pengetahuan Semantik.....	23
II.1.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan.....	25
II.1.3 Iklan.....	26
II.1.3.1 Iklan Berdasarkan Media yang digunakan.....	28
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	28
II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	30
BAB III. METODE PENELITIAN.....	31
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
III.2 Metode Penelitian.....	32
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	33
III.4 Definisi Konseptual.....	33
III.5 Definisi Operasional.....	35
III.6 Populasi dan Sampel.....	38
III.6.1 Populasi.....	38
III.6.2 Sampel.....	40
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	42
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	43
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	45

III.9.1 Uji Validitas.....	45
III.9.2 Uji Reliabilitas.....	46
III.10 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	49
IV.1.1 KAI Access.....	50
IV.1.1.1 KAI Access di Media <i>Online</i>	55
IV.1.1.2 KAI Access di Media Luar Ruang (Brosur, Banner, Seat Penumpang, Papan reklame, Poster)....	60
IV.1.1.3 KAI Access di Media Sosial.....	63
IV.1.1.4 KAI Access di Media Televisi.....	67
IV.1.1.5 KAI Access di Media Cetak.....	70
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
IV.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	71
IV.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	73
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	74
IV.3.1 Deskripsi Identitas Responden.....	75
IV.3.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	75
IV.3.1.2 Usia Responden.....	77
IV.3.1.3 Pekerjaan Responden.....	79
IV.3.1.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	82

IV.3.1.5 Penghasilan Responden.....	83
IV.3.1.6 Media yang sering digunakan Responden.....	86
IV.3.1.7 Jarak Tempuh KA Responden.....	90
IV.3.1.8 Pengetahuan Responden mengenai KAI Access di berbagai Media Komunikasi.....	61
IV.3.2 Pengukuran Kategori.....	91
IV.3.3 Deskripsi Variabel Peneliti.....	92
IV.3.3.1 Deskripsi Variabel Pengetahuan Produk.....	93
IV.3.3.2 Deskripsi Variabel Pengetahuan Pemakaian.....	100
IV.3.3.3 Deskripsi Variabel Pengetahuan Pembelian.....	106
IV.3.4 Pengetahuan Masyarakat Mengenai KAI Access.....	111
IV.3.5 Tabulasi Silang.....	116
IV.3.5.1 Tabulasi Silang antara Jenis kelamin dan Pengetahuan.....	116
IV.3.5.2 Tabulasi Silang antara Usia dan Pengetahuan.....	118
IV.3.5.3 Tabulasi Silang Pekerjaan dan Pengetahuan.....	120
IV.3.5.4 Tabulasi Silang Pendidikan dan Pengetahuan.....	122
IV.3.5.5 Tabulasi Silang Penghasilan dan Pengetahuan.....	124
IV.3.5.6 Tabulasi Silang Media yang sering digunakan dan Pengetahuan.....	126
IV.3.6 Temuan Menarik.....	129
BAB V. PENUTUP.....	131

V.1 Kesimpulan.....	131
V.2 Sarann.....	132
V.2.1 Saran Akademis.....	132
V.2.2 Saran Praktis.....	133
DAFTAR PUSTAKA.....	134
LAMPIRAN.....	142

DAFTAR BAGAN

Bagan II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	30
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo KAI Access.....	5
Gambar 1.2 Tampilan Aplikasi KAI Access.....	6
Gambar 1.3 KAI Access pada Seat Penumpang.....	9
Gambar 1.4 KAI Access di Instagram.....	10
Gambar 2.1 Model Komunikasi H. Lasswell.....	20
Gambar 4.1 Logo PT. KAI.....	52
Gambar 4.2 Logo KAI Access.....	52
Gambar 4.3 Fitur KAI Access.....	53
Gambar 4.4 Portal berita dalam <i>Website</i> PT. KAI.....	54
Gambar 4.5 KAI Access dalam Portal Berita DetikNews.....	58
Gambar 4.6 KAI Access dalam Portal Berita TribunNews.com.....	59
Gambar 4.7 KAI Access pada Seat Penumpang.....	60
Gambar 4.8 KAI Access di Papan Reklame Stasiun Surabaya Gubeng.....	61
Gambar 4.9 KAI Access di Poster Stasiun Surabaya Pasarturi.....	61
Gambar 4.10 KAI Access di Poster Stasiun Surabaya Kota/Semut.....	62
Gambar 4.11 Brosur KAI Access di Stasiun Lamongan.....	63
Gambar 4.12 KAI Access di Instagram.....	64
Gambar 4.13 KAI Access di Twitter.....	65
Gambar 4.14 KAI Access di YouTube.....	66
Gambar 4.15 KAI Access di Solo TV News.....	67

Gambar 4.16 KAI Access di TransTv Surabaya.....	69
Gambar 4.17 KAI Access di Jawa Pos Radar Kediri.....	70
Gambar 4.18 Banner KAI Access di Stasiun Surabaya Gubeng.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya menurut Kecamatan 2015.....	38
Tabel III.2 Jumlah Penduduk Kota Surabaya berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2014-2015.....	40
Tabel IV.1 Uji Validitas Komponen Pengetahuan.....	72
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Pengetahuan.....	74
Tabel IV.3 Jenis Kelamin Responden.....	75
Tabel IV.4 Usia Responden.....	77
Tabel IV.5 Pekerjaan Responden.....	79
Tabel IV.6 Pendidikan Terakhir Responden.....	82
Tabel IV.7 Penghasilan Responden.....	84
Tabel IV.8 Media yang sering digunakan Responden.....	86
Tabel IV.9 Sumber Informasi Responden mengenai KAI Access.....	89
Tabel IV.10 Jarak Tempuh KA Responden.....	91
Tabel IV.11 Tabel Pengetahuan Produk.....	94

Tabel IV.12 Tabel Pengetahuan Pemakaian.....	102
Tabel IV.13 Tabel Pengetahuan Pembelian.....	107
Tabel IV.14 Pengetahuan Masyarakat diukur berdasarkan Indikator Pengetahuan.....	112
Tabel IV.15 Tabulasi Silang Jenis Kelamin X Pengetahuan.....	117
Tabel IV.16 Tabulasi Silang Usia X Pengetahuan.....	118
Tabel IV.17 Tabulasi Silang Pekerjaan X Pengetahuan.....	121
Tabel IV.18 Tabulasi Silang Pendidikan X Pengetahuan.....	123
Tabel IV.19 Tabulasi Silang Penghasilan X Pengetahuan.....	125
Tabel IV.20 Tabulasi Silang Media yang sering digunakan X Pengetahuan.....	127

ABSTRAK

Geovany Daru Damara NRP. 1423015170. TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI KAI ACCESS DI BERBAGAI MEDIA KOMUNIKASI.

Media adalah alat atau saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Iklan bersifat hegemonik dalam menentukan dan membentuk identitas individu dan sikap konsumtif masyarakat. Sehingga efek pesan dari periklanan yang ditimbulkan dari PT. KAI kepada penumpang diharapkan dapat memberi kesadaran tentang KAI Access yang telah dikeluarkan dan jangan sampai penumpang tidak mengetahui produk KAI Access. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian ini merupakan penelitian satu variabel yang dilakukan guna mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai KAI Access di berbagai media komunikasi. Hasil dari penelitian ini, Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya mengenai KAI Access di berbagai media komunikasi yaitu Masyarakat Surabaya memiliki tingkat pengetahuan rendah.

Kata Kunci: Tingkat Pengetahuan, Masyarakat Surabaya, KAI Access.

ABSTRACT

Geovany Daru Damara NRP. 1423015170. *THE LEVEL of KNOWLEDGE of THE SURABAYA COMMUNITY REGARDING KAI ACCESS at VARIOUS COMMUNICATION MEDIA.*

Media is a tool or channel of information and persuasion to sell goods and services or introduce an idea. Advertising is hegemonic in determining and forming individual identity and consumptive attitudes society. So that the message effects from advertising generated from PT. KAI passengers are expected to be able to provide awareness about KAI Access that has been issued and do not let the passenger not knowing the product KAI Access. This study uses a quantitative approach with survey methods. This study is a one-variable study conducted in order knowing the level of knowledge of the Surabaya community regarding KAI Access at various communication media. The results of this study, Knowledge Level of Surabaya's citizen regarding to KAI Access in various communication media the Surabaya's citizen has a low level of knowledge.

Keyword: Knowledge Level, Surabaya's citizen, KAI Access.